

投资项目 可行性研究指南 (试用版)

《投资项目可行性研究指南》编写组



中国电力出版社

www.cepp.com.cn

图书在版编目 (CIP) 数据

投资项目可行性研究指南/《投资项目可行性研究指南》
编写组编著. —北京: 中国电力出版社, 2002
ISBN 7-5083-0918-9
I. 投… II. 投… III. 投资-可行性研究 IV. F830.59
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 006876 号

中国电力出版社出版、发行

(北京三里河路 6 号 100044 [http://www. cepp. com. cn](http://www.cepp.com.cn))

北京地矿印刷厂印刷

各地新华书店经售

*

2002 年 3 月第一版 2002 年 3 月北京第一次印刷

787 毫米 × 1092 毫米 16 开本 19.25 印张 326 千字

定价 40.00 元

版 权 专 有 翻 印 必 究

(本书如有印装质量问题, 我社发行部负责退换)

国家计委办公厅对出版发行 投资项目可行性研究指南一书的意见

计办投资〔2001〕1153号

中国国际工程咨询公司：

你公司《关于报告〈投资项目可行性研究指南〉的函》（咨规划〔2001〕246号）收悉。经研究，现将意见函告如下：

一、《投资项目可行性研究指南（试用版）》一书建议以“投资项目可行性研究指南编写组”的名义出版发行。

二、建议由你公司采用公平竞争方式选择优秀的出版发行单位承担《投资项目可行性研究指南（试用版）》一书的出版和发行。

三、请你公司注意收集、整理各方面反馈意见，以便今后修订《投资项目可行性研究指南（试用版）》时吸收采纳。

国家发展计划委员会办公厅

二〇〇一年九月二十九日

国家计委办公厅关于出版 《投资项目可行性研究指南(试用版)》的通知

计办投资〔2002〕15号

国务院有关部门办公厅（办公室），各省、自治区、直辖市及计划单列市、副省级省会城市计委，各计划单列企业集团、中管企业：

为指导投资项目的可行性研究工作，我委委托中国国际工程咨询公司组织编写了《投资项目可行性研究指南》（以下简称《指南》）。经组织专家审定，同意《指南》以“试用版”出版发行，供你们在工作中参考使用。

请注意收集、整理对《指南（试用版）》的意见，并及时反馈给《指南》编写组，以便今后修订时吸收采纳。

国家发展计划委员会办公厅

二〇〇二年一月四日

前言

投资项目可行性研究是固定资产投资活动的一项基础性工作，可行性研究结论是投资决策的重要依据。为了适应我国各类投融资主体科学决策的需要，国家发展计划委员会委托中国国际工程咨询公司组织编写了《投资项目可行性研究指南》（以下简称《指南》），用以规范可行性研究工作的内容和方法，指导可行性研究报告的编制。《指南》的编写总结了国内改革开放以来可行性研究工作的经验教训，借鉴了国际上可行性研究的有益经验，力求符合我国实际情况，并尽可能与国际通常做法接轨。

《指南》适用于政府、企业、私人等各类投资主体投资兴建的工业、交通运输、农林水利、城市基础设施等基本建设项目和技术改造项目的可行性研究工作。

《指南》主要服务于从事投资项目可行性研究工作的专业人员，从事投资决策、银行信贷、咨询评估以及教学培训工作的人员也可参考使用。《指南》的内容、深度和评价指标设置具有一定通用性，但不可能兼顾各类投资项目的具体差异，可行性研究工作人员可根据项目的实际情况，选择研究评价的范围和重点。《指南》原则上也适用于项目初步可行性研究（或者项目建议书）阶段的研究工作，但其内容、范围和评价指标可根据需要作适当调整。

目 录

前言

第一部分 可行性研究内容与方法

一、项目兴建理由与目标	(3)
(一) 项目兴建理由	(3)
(二) 项目预期目标	(4)
(三) 项目建设基本条件	(4)
二、市场预测	(5)
(一) 市场预测内容	(5)
(二) 市场现状调查	(5)
(三) 产品供需预测	(6)
(四) 价格预测	(7)
(五) 竞争力分析	(8)
(六) 市场风险分析	(9)
(七) 市场调查与预测方法	(10)
三、资源条件评价	(11)
(一) 资源开发利用的基本要求	(11)
(二) 资源评价	(11)
四、建设规模与产品方案	(13)
(一) 建设规模方案选择	(13)

(二) 产品方案选择	(14)
(三) 建设规模与产品方案比选	(15)
五、场址选择	(16)
(一) 场址选择的基本要求	(16)
(二) 场址选择研究内容	(16)
(三) 场址方案比选	(18)
六、技术方案、设备方案和工程方案	(20)
(一) 技术方案选择	(20)
(二) 主要设备方案选择	(21)
(三) 工程方案选择	(23)
(四) 节能措施	(24)
(五) 节水措施	(25)
七、原材料燃料供应	(26)
(一) 主要原材料供应方案	(26)
(二) 燃料供应方案	(27)
(三) 主要原材料燃料供应方案比选	(27)
八、总图运输与公用辅助工程	(29)
(一) 总图布置方案	(29)
(二) 场内外运输方案	(30)
(三) 公用工程与辅助工程方案	(31)
九、环境影响评价	(33)
(一) 环境影响评价基本要求	(33)
(二) 环境条件调查	(33)
(三) 影响环境因素分析	(34)

(四) 环境保护措施	(35)
十、劳动安全卫生与消防	(37)
(一) 劳动安全卫生	(37)
(二) 消防设施	(37)
十一、组织机构与人力资源配置	(39)
(一) 组织机构设置及其适应性分析	(39)
(二) 人力资源配置	(39)
(三) 员工培训	(40)
十二、项目实施进度	(41)
(一) 建设工期	(41)
(二) 实施进度安排	(41)
十三、投资估算	(42)
(一) 建设投资估算内容	(42)
(二) 建设投资估算方法	(42)
(三) 流动资金估算	(47)
(四) 项目投入总资金及分年投入计划	(48)
十四、融资方案	(50)
(一) 融资组织形式选择	(50)
(二) 资金来源选择	(50)
(三) 资本金筹措	(51)
(四) 债务资金筹措	(52)
(五) 融资方案分析	(52)
十五、财务评价	(54)
(一) 财务评价内容与步骤	(54)

(二) 财务评价基础数据与参数选取	(54)
(三) 销售收入与成本费用估算	(56)
(四) 新设项目法人项目财务评价	(57)
(五) 既有项目法人项目财务评价	(60)
(六) 不确定性分析	(62)
(七) 非盈利性项目财务评价	(64)
十六、国民经济评价	(66)
(一) 国民经济评价范围和内容	(66)
(二) 国民经济效益与费用识别	(66)
(三) 影子价格的选取与计算	(67)
(四) 国民经济评价报表编制	(69)
(五) 国民经济评价指标计算	(70)
(六) 国民经济评价参数	(71)
十七、社会评价	(73)
(一) 社会评价作用与范围	(73)
(二) 社会评价主要内容	(73)
(三) 社会评价步骤与方法	(75)
十八、风险分析	(78)
(一) 风险因素识别	(78)
(二) 风险评估方法	(79)
(三) 风险防范对策	(82)
十九、研究结论与建议	(83)
(一) 推荐方案总体描述	(83)
(二) 主要比选方案描述	(83)

(三) 结论与建议	(83)
附件	(85)
1. 市场预测方法	(85)
2. 交通量需求预测方法	(97)
3. 场址选择基础资料调查提纲	(108)
4. 经济评价报表格式	(118)
5. 交通运输项目国民经济效益计算方法	(130)
6. 企业财务报表与财务状况分析方法	(134)
7. 多方案经济比较方法	(154)
8. 风险概率分析方法	(157)
9. 项目建设征用土地审批及补偿办法	(174)

第三部分 可行性研究报告编制大纲

可行性研究报告编制步骤与要求	(181)
一般工业项目可行性研究报告编制大纲	(187)
水利水电项目可行性研究报告编制大纲	(198)
铁路项目可行性研究报告编制大纲	(210)
公路项目可行性研究报告编制大纲	(219)
港口项目可行性研究报告编制大纲	(227)
民航机场项目可行性研究报告编制大纲	(236)
城市轨道交通项目可行性研究报告编制大纲	(245)
城市基础设施项目可行性研究报告编制大纲	(254)
公共建筑项目可行性研究报告编制大纲	(263)
农业综合开发项目可行性研究报告编制大纲	(268)
种植业项目可行性研究报告编制大纲	(275)

畜牧养殖及畜产品加工项目可行性研究报告编制大纲	(280)
初步可行性研究报告与可行性研究报告内容深度比较	(286)
一般工业项目初步可行性研究报告编制大纲	(291)
后记	(298)

可行性研究内容与方法

第一部分



项目兴建理由与目标

项目兴建理由与目标的研究，是根据已确定的初步可行性研究报告（或者项目建议书），从总体上进一步论证项目提出的依据、背景、理由和预期目标，即进行项目建设必要性分析；与此同时，分析论证项目建设和生产运营必备的基本条件及其获得的可能性，即进行项目建设可能性分析。对于确实必要又有可能建设的项目，继续进行可行性研究，开展技术、工程、经济、环境等方案的论证、比选和优化工作。

（一）项目兴建理由

拟建项目都有其特定的背景、依据和原因，一般说有以下理由：新建或者扩大企业生产能力，提供产品或服务，满足社会需求，获取经济利益的需要；进行基础设施建设，改善交通运输条件，促进地区经济和社会发展的需要；合理开发利用资源，增加社会财富，实施可持续发展的需要；发展文化、教育、卫生等公益事业，满足人民不断增长的物质文化生活的需要；增强国防和社会安全能力的需要。

可行性研究阶段应对项目建设的依据和主要理由进行分析论证。这种分析，一般应从项目本身和国民经济两个层次进行。

项目层次分析

项目业主或投资人兴建项目的理由，或者是为了在向社会提供产品、服务的同时获取合法利润或投资回报，或者为了促进国家、地区经济和社会发展。项目层次分析，应侧重从项目产品和投资效益角度论证兴建理由是否充分合理。

国民经济层次分析

有些项目兴建的理由从项目层次看可能是合理的、可行的，但从国民经济全局看就不一定合理、可行。因此对那些受宏观经济条件制约较大的项目，应进行国民经济层次分析。例如，分析拟建项目是否符合合理配置和有效利用资源的要求；是否符合区域规划、行业发展规划、城市规划、水利流域开发规划、交通路网规划的要求；是否符合国家技术政策和产业政策的要求；是否符合保护环境、可持续发展的要求等。

通过上述两个层次的分析，判别项目建设的理由是否充分、合理，以确定项目建设的必要性。

(二) 项目预期目标

根据项目兴建的理由，对初步可行性研究报告提出的拟建项目的轮廓和预期达到的目标进行总体分析论证。分析论证的内容主要有：项目建设内容和建设规模；技术装备水平；产品性能和档次；成本、收益等经济目标；项目建成后在国内外同行业中所处的位置或者在经济和社会发展中的作用等。

通过分析论证，判别项目预期目标与项目兴建理由是否相吻合，预期目标是否具有合理性与现实性。

(三) 项目建设基本条件

对于确需建设且目标合理的项目，应分析论证其是否具备建设的基本条件。一般应分析市场条件、资源条件、技术条件、资金条件、环境条件、社会条件、施工条件、法律条件，以及外部协作配套条件等对拟建项目支持和满足的程度，考察项目建设和运营的可能性。



市 场 预 测

市场预测是对项目的产出品和所需的主要投入品的市场容量、价格、竞争力，以及市场风险进行分析预测。市场预测的结果为确定项目建设规模与产品方案提供依据。

(一) 市场 预 测 内 容

市场预测主要围绕与项目产品相关的市场条件展开。由于项目产品的多样性，既包括为特定使用人提供的有形产品、无形产品，还包括为社会公众提供使用或服务的公共产品，如铁路、公路、城市基础设施，因此市场预测的具体内容有很大差异，但就其基本内容和方法而言又是相通的。市场预测的研究内容主要有：市场现状调查，产品供应与需求预测，产品价格预测，目标市场与市场竞争力分析，以及市场风险分析。

市场预测的时间跨度应根据产品的生命周期，市场变化规律，以及占有数据资料的时效性等情况综合确定。竞争性项目的产品，预测时段一般为10年左右；更新换代快、生命周期短的产品，预测时段可适当缩短；大型交通运输、水利水电等基础设施项目，预测时段可适当延长。市场预测范围应包括国内外两个市场，并应进行区域市场分析。市场预测深度应满足确定项目建设规模与产品方案的要求。

(二) 市 场 现 状 调 查

市场现状调查是进行市场预测的基础。市场现状调查主要是调查拟建项目同类产品的市场容量、价格，以及市场竞争力现状。

1. 市场容量现状调查

市场容量现状调查，主要是调查项目产品在近期和预测时段的市场供需总量及其地区分布情况，为项目产品供需预测提供条件。调查内容如下：

(1) 供应现状

1) 国际市场供应现状。项目产品的国际市场的总生产能力（含现有企业和在建项目）、总产量以及在各国家和地区分布；国际市场总贸易量以及在各国家和地区分布；主要生产企业的分布情况，以及产量、品种、性能、档次等。

2) 国内市场供应现状。项目产品的国内市场的总生产能力（含现有企业和在建项目）、总产量及地区分布；各主要生产企业的分布情况，以及产量、品种、性能、档次等。

交通运输项目，主要调查拟建项目影响区域内各种运输方式的分布现状，客货运力、运量及流向等。

水利水电项目，主要调查流域开发现状，水利水能资源开发利用程度、供应能力和供应量等。

3) 进口现状。项目产品在一定历史时段的进口总量、品种、质量，进口国别和地区、贸易方式，进口量占国内生产量的比例，以及进口量变化状况等。

(2) 需求现状

1) 国际市场需求现状。项目产品的国际市场消费总量以及在各国和各地区分布，不同消费群体对产品品种和服务的要求，消费结构状况等。

2) 国内市场需求现状。项目产品的国内市场消费总量以及地区分布，不同消费群体对产品品种和服务的要求，消费结构状况，近期内市场需求的满足程度等。

交通运输项目，主要调查拟建项目影响区域内，用户对各种交通运输方式的客货运输需求现状及其满足程度。

水利水电项目，主要调查流域范围内，用户对水利电力的需求现状及其满足程度。

3) 出口现状。项目产品在一定历史时段的出口总量、品种、质量，出口国家和地区，出口量占国际市场总贸易量的比例，以及出口量变化状况等。

2. 价格现状调查

(1) 调查项目产品的国内市场价格，价格变化过程及变化规律，最高价格和最低价格出现的时间和原因。

(2) 调查项目产品的国际市场价格（进口到岸价格和出口离岸价格），价格变化过程及变化规律，分析价格的合理性，有无垄断或倾销等情况。

(3) 调查价格形成机制，项目产品价格是市场形成价格还是政府调控价格。

3. 市场竞争力现状调查

主要是分析项目产品目前国内外市场竞争程度，市场竞争的主要对手的生产、营销及其竞争力情况等。

(三) 产品供需预测

产品供需预测是利用市场调查所获得的信息资料，对项目产品未来市场供应和需求的数量、品种、质量、服务进行定性与定量分析。

1. 产品供需预测应考虑的因素

(1) 国民经济与社会发展对项目产品供需的影响。

(2) 相关产业产品和上下游产品的情况及其变化，对项目产品供需的影响。

(3) 产品结构变化，产品升级换代情况，特别是高新技术产品和新的替代产品，对项目产品供需的影响。

(4) 项目产品在其生命周期中所处阶段（投入期、成长期、成熟期、衰退期）对供

需的影响。

(5) 不同地区和不同消费群体的消费水平、消费习惯、消费方式及其变化，对项目产品供需的影响。

(6) 涉及进出口的项目产品，应考虑国际政治经济条件及贸易政策变化对供需的影响。

2. 产品供需预测的内容

(1) 供应预测

预测拟建项目产品在生产运营期内全社会和目标市场的可供量，包括国内外现有供应量和新增供应量。

(2) 需求预测

预测拟建项目产品在生产运营期内全社会和目标市场需求总量，包括国内需求量和出口需求量。

交通运输项目，预测拟建项目影响区域内，随着经济和社会发展，用户对各种运输方式的需求量。

水利水电项目，预测拟建项目流域范围内经济和社会发展，用户对水利水电的需求结构和需求量变化情况，以及水电资源的可供量和需求满足的程度。

城市基础设施项目，根据法律规定、政府政策导向、经济发展水平和城市规划等，预测项目所在地对城市基础设施的需求量。

3. 产品供需平衡分析

在产品供应和需求预测的基础上，分析项目产品在生产运营期内的供需平衡情况和满足程度，以及可能导致供需失衡的因素和波及范围。

4. 目标市场分析

根据市场结构、市场分布与区位特点、消费习惯、市场饱和度，以及项目产品的性能、质量和价格的适应性等因素，选择确定项目产品的目标市场，预测可能占有的市场份额。

(四) 价 格 预 测

项目产品价格是测算项目投产后的销售收入、生产成本和经济效益的基础，也是考察项目产品竞争力的重要方面。预测价格时，应对影响价格形成与导致价格变化的各种因素进行分析，初步设定项目产品的销售价格和投入品的采购价格。

1. 价格预测需要考虑的因素

(1) 项目产品国际市场的供需情况、价格水平和变化趋势。

(2) 项目产品和主要投入品国内市场的供需情况、价格水平和变化趋势。

(3) 项目产品和主要投入品的运输方式、运输距离、各种费用对价格的影响。

(4) 新技术、新材料产品和新的替代产品对价格的影响。

(5) 国内外税费、利率、汇率等变化, 以及非贸易壁垒对价格的影响。

(6) 项目产品的成本对价格的影响。

(7) 价格政策变化对项目产品价格的影响。

进行价格预测时, 不应低估投入品的价格和高估产出品价格, 避免预测的项目经济效益失真。

2. 价格预测方法

价格预测一般可采用以下方法:

(1) 回归法。采用这种方法预测价格, 需占有充分资料数据, 而且价格与影响因素之间应存在因果关系。

(2) 比价法。采用这种方法预测价格, 产成品价格与原材料、半成品价格之间, 以及不同产品价格之间应存在着比价关系。如果相关产品的现时价格是非正常的比价关系, 则应剔除导致价格扭曲的因素, 恢复到正常的比价关系。

充分竞争性产品的价格应按国际市场价格预测, 同类、同档次产品的销售价格不应高于国际市场价格。

城市基础设施和服务产品的价格, 应根据政府价格政策, 以及消费者支付意愿和承受能力, 预测产品或者服务的价格。

(五) 竞争力分析

竞争力分析是研究拟建项目在国内外市场竞争中获胜的可能性和获胜能力。进行竞争力分析, 既要研究项目自身竞争力, 也要研究竞争对手的竞争力, 并进行对比。以此进一步优化项目的技术经济方案, 扬长避短, 发挥竞争优势。

1. 竞争力优势、劣势分析

(1) 自然资源占有的优势、劣势。

(2) 工艺技术和装备的优势、劣势。

(3) 规模效益的优势、劣势。

(4) 新产品开发能力的优势、劣势。

(5) 产品质量性能的优势、劣势。

(6) 价格的优势、劣势。

(7) 商标、品牌、商誉的优势、劣势。

(8) 项目区位优势、劣势。

(9) 人力资源的优势、劣势。

2. 竞争力对比

选择项目目标市场范围内, 占市场份额较大、实力较强的几家竞争对手, 将项目自身条件与竞争对手条件的优势、劣势对比并排序。编制竞争力对比分析表, 如表 2-1 所示。